

**ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN ATRIBUT KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PRODUK MEREK EIGER DI SOLO
RAYA**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

AHMAD ARFI HAMZAH

B100170255

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN ATRIBUT KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PRODUK MEREK EIGER DI SOLO RAYA

Yang ditulis dan disusun oleh:

AHMAD ARFI HAMZAH
B100170255

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Pembimbing



(Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP 19570217 1986 031 001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN ATRIBUT KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PRODUK MEREK EIGER DI SOLO RAYA

Oleh:

AHMAD ARFI HAMZAH

B100170255

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Dr. Drs. Syamsudin, M.M.** (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M.** (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Drs. Ma'ruf, M.M.** (.....)
(Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP. 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **AHMAD ARFI HAMZAH**

NIM : **B100170255**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi: **ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN ATRIBUT
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PRODUK
MEREK EIGER DI SOLO RAYA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

AHMAD ARFI HAMZAH

MOTTO

نُحِبُّوْا اِنْ وَعَسَى لَكُمْ خَيْرٌ وَهُوَ شَيْءٌ تَكْرَهُوْا اِنْ وَعَسَى لَكُمْ كُرْهُ وَهُوَ الْقِتَالُ عَلَيْكُمْ كُتِبَ
تَعْلَمُوْنَ لَا وَاَنْتُمْ يَعْزِلُوْنَ وَاللّٰهُ سَرُّكُمْ وَهُوَ شَيْءٌ

(QS. Al-Baqarah Ayat 216)

Artinya: “Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

“Hidup yang tidak di pertaruhkan, tidak akan pernah dimenangkan”

(Sutan Sjahrir)

“Hari yang berat ,untuk orang yang hebat”

(Gus Ahmad)

"Ada orang yang mengkritik tapi tidak memberi jalan keluar. Ada orang yang memberi jalan keluar tanpa mengkritik".

(Emha Ainun Nadjib)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikan skripsi ini, penulis mempersembahkan karya kecil ini untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan segalanya yang tak pernah ternilai harganya.
2. Kedua orang tuaku Bapak Harto dan Ibu Shopiyatun tercinta yang telah memberikan kasih sayang, serta adik saya Muhammad Alfian Abdul W ,Azizah Uswatun Hasanah dan Muhammad Ahsan Al-Amin yang selalu memberi nasihat dan masukan serta selalu mendoakan yang terbaik untukku.
3. Almamaterku, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhaammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Loyalitas merek adalah sebuah komitmen yang kuat dalam berlangganan atau membeli suatu merek secara konsisten di masa yang akan datang. Produk Eiger yang terkenal dimasyarakat secara kualitas dan desain yang bagus dapat menjadi opsi bagi konsumen untuk memilih suatu produk, baik laki – laki maupun perempuan terutama yang memiliki hobby *hiking* sangat cocok. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang yang dipilih dari setiap subgroup yang telah ditentukan dari suatu populasi yaitu konsumen yang belum serta telah membeli produk merek Eiger di Solo Raya. Metode penelitian ini menggunakan qouta sampling dan data yang digunakan merupakan data primer berupa kuesioner. Metode analisis data adalah analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan alat Smart PLS versi 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, desain produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, jenis kelamin berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek . Nilai koefisien determinasi atau R^2 menunjukkan persentase pengaruh variabel independen yaitu desain produk, jenis kelamin serta motivasi terhadap variabel dependen loyalitas merek, akan tetapi satu variabel yaitu kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen loyalitas merek.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Desain Produk, jenis kelamin Serta Motivasi, Loyalitas Merek

ABSTRACT

Brand loyalty is a strong commitment to subscribe or buy a brand consistently in the future. Eiger products that are well known in the community for good quality and design can be an option for consumers to choose a product, both men and women, especially those who have a hobby of hiking are very suitable. In this study using a sample of 100 people selected from each subgroup that has been determined from a population, namely consumers who have not and have purchased Eiger brand products in Solo Raya. This research method uses quota sampling and the data used is primary data in the form of a questionnaire. The data analysis method is analysis Partial Least Square (PLS) using Smart PLS version 3.0. The results showed that product quality had no significant effect on brand loyalty, product design had a significant effect on brand loyalty, gender had a significant effect on brand loyalty and motivation had a significant effect on brand loyalty. The value of the coefficient of determination or R^2 shows the percentage of the influence of the independent variables, namely product design, gender and motivation on the dependent variable of brand loyalty, but one variable, namely product quality, has no influence on the dependent variable of brand loyalty.

Keywords: *Product Quality, Product Design, Gender and Motivation, Brand Loyalty*

KATA PENGANTAR



Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang tiada henti selalu memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**ANALISIS ATRIBUT PRODUK DAN ATRIBUT KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PRODUK MEREK EIGER DI SOLO RAYA**” sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa bantuan, bimbingan, semangat serta dorongan dari berbagai pihak merupakan motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, maka dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E. M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr,M Nasir, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta arahan selama proses penulisan skripsi hingga penyelesaian ujian skripsi.

5. Bapak Ahmad Mardalis S.E.,MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu merespon dan membantu saya selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan selama penulis menuntut ilmu.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan pihak yang telah memberi motivasi, bimbingan, bantuan dan arahan kepada penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, 10 Januari 2021
Penulis

AHMAD ARFI HAMZAH

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Hipotesis	36
D. Kerangka pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis penelitian.....	40
B. Definisi Operasional Variabel	40
C. Data dan Sumber Data	43
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Metode Analisis Data	46

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
A. Deskripsi Data	50
B. Analisis Data.....	51
C. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan Penelitian	68
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel II .1 Variabel Segmentasi Utama Untuk Pasar Konsumen	32
Tabel II..2 Konsep Penelitian	32
Tabel IV.3 Hasil Deskripsi Usia	50
Tabel IV.4 Hasil Deskripsi Jenis Kelamin	50
Tabel IV.5 Hasil Deskripsi Pendapatan	51
Tabel IV.6 Hasil Analisis <i>Convergent Validity</i>	54
Tabel IV.7 Hasil Analisis <i>Average Variance Extruded</i> (AVE)	55
Tabel IV.8 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	56
Tabel IV.9 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i> Produk Eiger	57
Tabel IV .10 <i>Cronbach's Alpha</i> Produk Eiger.....	58
Tabel IV.11 Hasil Analisis Multikolinieritas (VIF)	59
Tabel IV.12 Hasil R Square	61
Tabel IV.13 Hasil Analisis NFI	61
Tabel IV.14 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (<i>Path Coefficients</i>)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar IV.1 <i>Outer Model</i>	52
Gambar IV. 2 <i>Inner Model</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data	73
Lampiran 2 . Gambar	74